

การออกแบบอัตลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ทีมแสนสแปฟุตซอลคลับ
DESIGNING IDENTITY AND COMMUNICATION
FOR SAENSAEP FUTSAL CLUB



อภิชาติ เลิศวรทรัพย์
APICHART LERTWORASAB

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2565

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบอัตลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ ทีมแสนแสบฟุตบอลคลับ
นักศึกษา	นายอภิชาติ เลิศวรทรัพย์
รหัสประจำตัว	62020277
หลักสูตร	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.มนวดี ศิริเปรมฤดี

(

(ดร.มนวดี ศิริเปรมฤดี)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ 4 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2566

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบอัตลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ ทีมแสนแสบฟุตบอลคลับ
นักศึกษา	นายอภิชาติ เลิศวรทรัพย์
รหัสประจำตัว	62020277
หลักสูตร	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.มนวดี ศิริเปรมฤดี

บทคัดย่อ

ชุมชนแสนแสบ เป็นชุมชนขนาดกลางที่มี 2 ชุมชนรวมเข้าด้วยกันคือบ้านครัวเหนือและบ้านครัวใต้ทำให้มีคอนาคัยอยู่เป็นจำนวนหนึ่งในพื้นที่ที่คับแคบ สิ่งที่จะสร้างความสนุกและรวมเด็กทั้งสองชุมชนเข้าด้วยกันได้ก็คือกีฬา เนื่องจาก บริเวณใกล้กับชุมชนมีสนามกีฬาของกรุงเทพมหานครที่ชื่อว่า สนามกีฬาพัฒนา 2 เป็นสถานที่ที่มีการเล่นกีฬามากมายไม่ว่าจะเป็นแบดมินตัน ตะกร้อ วอลเลย์บอล ฟุตบอล ทำให้เป็นสถานที่ที่เด็กๆ มักจะไปรวมตัวกัน สาเหตุที่กีฬาฟุตบอลได้รับความนิยมเนื่องจากเป็นกีฬาที่เหมือนกับฟุตบอล แต่ใช้สถานที่ที่เด็ก ๆ มักจะไปรวมตัวกัน ทำให้สามารถเล่นด้วยกันได้ง่าย เด็กกระแวกนั้นมีความคล่องแคล่วเพราะได้เล่นอย่างสม่ำเสมอ จนชำนาญตั้งแต่วัยเด็ก แต่ปัญหาสำหรับเด็กๆ ที่จะมุ่งไปสู่ความเป็นมืออาชีพคือ โอกาสและยาเสพติด เด็กในชุมชนขาดกำลังด้านทุนทรัพย์ในการซื้อเสื้อสำหรับการลงแข่ง และค่าสมัครแข่งเหตุผลหลักคือการเล่นกีฬาไม่สามารถเป็นได้มากกว่าการเล่นกีฬาในชีวิตประจำวัน เป้าหมายในการที่จะเล่นกีฬาอย่างจริงจังเพื่อเป็นนักกีฬามืออาชีพจึงหายไป และไปมองหาอย่างอื่นแทนไม่ว่าจะเป็นการมั่วสุ่มระแวกชุมชน หรือเข้าหายาเสพติดซึ่งสามารถหาได้ง่าย สิ่งที่จะช่วยเด็กๆ ออกมาจากจุดนั้นได้ก็คือการที่ เด็กๆ ได้รับโอกาส

ดังนั้นศิลปนิพนธ์การออกแบบ Futsal club จะสามารถเป็นสื่อในการจัดเป็น charity หรือ หาสปอนเซอร์เพื่อให้เด็กๆ มีทุนในการ ซื้อเสื้อ รองเท้า หรือค่าสมัครในการเข้าร่วมแข่งขัน จะได้พัฒนาฝีเท้าและก้าวสู่การเป็นนักกีฬามืออาชีพ รวมไปถึงสามารถสร้างอาชีพและแก้ไขปัญหาหลักๆในชุมชนได้

กิตติกรรมประกาศ

ศิลปินพันธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาที่สละเวลาเพื่อให้คำแนะนำและขอบคุณอาจารย์ทุกๆ ท่านในสาขาวิชาศิลปะที่ให้คำแนะนำและแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขศิลปินพันธ์ฉบับนี้ ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงสอนวิธีการ ขั้นตอนการทำงานที่ดี ทำให้ได้รู้อะไรเพิ่มมากขึ้น

ขอขอบคุณตัวเองที่พยายามทำศิลปินพันธ์นี้ให้ออกมาดีที่สุดในรูปแบบของตัวเอง ขอขอบคุณที่อดทนมาจนถึงท้ายที่สุดและทำมันออกมาได้อย่างพึงพอใจ

ท้ายที่สุดนี้ขอขอบคุณ คุณพ่อ สมบูรณ์ เลิศวรทรัพย์ คุณแม่ ลิน เซลี และพี่สาว สุวิมล เลิศวรทรัพย์ ที่ให้การสนับสนุนในสิ่งที่อยากทำเสมอมา คอยติในสิ่งที่ผิด และคอยชมในสิ่งที่ดี

ขอบคุณทุกคนที่ให้ความสนใจกับศิลปินพันธ์นี้หวังว่าศิลปินพันธ์นี้จะมีประโยชน์ ต่อทุกๆ คนไม่มากก็น้อย และในอนาคตจะพยายามพัฒนาตัวเองมากยิ่งขึ้น และผลิตแต่ผลงานดีๆ ออกมาให้ได้เห็น

อภิชาติ เลิศวรทรัพย์

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาของการวิจัย.....	1
1.3 วัตถุประสงค์.....	1
1.4 ขอบเขตของงาน.....	2
1.5 การดำเนินการออกแบบ.....	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	3
2.1 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร.....	3
2.1.1 โลโก้.....	3
2.1.2 ฟอนต์.....	3
2.1.3 ภาพ.....	4
2.1.4 สี.....	4
2.2 ความสำคัญของกีฬาฟุตบอลในชุมชนแสนแสบ.....	4
2.3 คู่มืออัตลักษณ์องค์กร.....	5
2.3.1 วัตถุประสงค์ของต่างๆ ขององค์กร.....	5
2.4 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์.....	5
2.4.1 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์.....	5
2.4.2 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ.....	5
2.4.3 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์.....	5
2.4.4 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น.....	6
2.5 ความสำคัญของกีฬาฟุตบอลในชุมชนแสนแสบ.....	6
2.6 ทีมแสนแสบ.....	6
บทที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	7

3.1 การศึกษาข้อมูลจากสโมสรอื่นๆ.....	7
3.1.1 การเลือกใช้สีในการออกแบบ.....	7
3.1.1.1 การเลือกใช้สีจากสปอนเซอร์หลักที่สนับสนุนสโมสร.....	7
3.1.1.2 การเลือกใช้สีประจำจังหวัด.....	7
3.1.1.3 การเลือกใช้สีต่างๆ จากความหมายของสี.....	8
3.1.1.4 ข้อจำกัดในการใช้สี.....	8
3.1.1.5 การรวมตัวกันของสโมสรและเลือกใช้สีที่เป็นสีหลักของสโมสรที่มีความเป็นหลัก.....	9
3.1.1.6 การออกแบบโดยไม่จำเป็นต้องใช้สีเดียวกันแม้อยู่ในจังหวัดเดียวกัน.....	9
3.1.1.7 การออกแบบโดยไม่จำเป็นต้องเป็นสีที่คู่กัน ร้อนแรง เข้มแข็ง.....	9
3.1.2 การเลือกใช้สัตว์ในการออกแบบ.....	10
3.1.2.1 การเลือกใช้สัตว์ในการออกแบบต่างๆ.....	10
3.1.2.2 การเลือกใช้สัตว์ที่มาจากอัตลักษณ์ความเป็นจังหวัด.....	10
3.1.2.3 การเลือกใช้สัตว์ที่มาจากอัตลักษณ์ขององค์กร.....	11
3.1.2.4 การเลือกใช้สัตว์ที่มาจากความต้องการส่วนตัวของเจ้าของสโมสร.....	11
3.1.2.5 การเลือกใช้สัตว์ที่มาจากสัตว์ประจำจังหวัด.....	12
3.1.2.6 กรณีที่ไม่ใช้สัตว์เข้ามาในการออกแบบของโลโก้.....	12
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	14
4.1 ขอบเขตข้อมูลของโครงการ	14
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลและผู้ใช้งาน.....	14
4.2.1 กลุ่มเป้าหมาย.....	14
4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	14
4.2.2.1 หลักและแนวคิดในการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร.....	14
4.2.2.2 เป้าหมายของการออกแบบนิทรรศการ.....	14
4.2.2.3 กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์.....	15
4.3 แนวทางของอัตลักษณ์.....	15
บทที่ 5 การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง.....	16
5.1 การออกแบบโลโก้สโมสร	16
5.2 การออกแบบแพทเทิร์นที่ใช้กับสื่ออื่นๆ.....	19
5.3 การออกแบบเสื้อสโมสร.....	23
5.4 การออกแบบโปสเตอร์.....	26
5.5 โลโก้.....	30

5.6 แพนทีรน์.....	30
5.7 เสื้อแข่งชั้น.....	31
5.8 ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์.....	32
5.9 Manual Book.....	38
5.10 External Media.....	39
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	40
6.1 สรุปการทำงาน.....	40
6.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา.....	40
6.3 ข้อเสนอแนะ.....	40
บรรณานุกรม.....	41
ประวัติผู้วิจัย.....	42



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.1 ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงสีของสโมสร Bangkok United.....	7
3.2 ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงสีของสโมสร BG United.....	8
3.3 ตัวอย่างการใช้สีของสโมสร คอนซาโดเล่.....	8
3.4 ภาพตัวอย่างการใช้สีของสโมสรการทำเรือ.....	8
3.5 ภาพตัวอย่างการใช้สีของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด.....	9
3.6 ภาพตัวอย่างการใช้สีของสโมสรในเมืองแมนเชสเตอร์.....	9
3.7 ภาพตัวอย่างการใช้สีของสโมสรต่างชาติที่ไม่จำเป็นต้องเป็นสีที่ให้ความรู้สึกที่ร้อนแรง.....	10
3.8 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ต่างๆในการออกแบบของสโมสร การทำเรือ เอฟซี.....	10
3.9 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสร ชลบุรี เอฟซี.....	11
3.10 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสร เอฟซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด.....	11
3.11 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสร บีจี ยูไนเต็ด.....	12
3.12 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสรจากลีกญี่ปุ่น.....	12
3.13 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสรในลีกญี่ปุ่น.....	13
4.1 ภาพแสดงอารมณ์และแนวทางในการออกแบบ.....	15
5.1 แบบร่างโลโก้สโมสร.....	16
5.2 แบบร่างโลโก้ที่นำมาพัฒนาต่อครั้งที่ 1.....	17
5.3 แบบร่างโลโก้ที่นำมาพัฒนาต่อครั้งที่ 2.....	18
5.4 แพทเทิร์นจากการทดลองตัวอักษรต่างๆจากคำว่าแสนแสบ ผ่านเครื่องถ่ายภาพเอกสาร.....	19
5.5 แพทเทิร์นจากการทดลองและนำมาปรับค่าสีต่างๆ.....	20
5.6 แพทเทิร์นจากการทดลองคำว่าแสนแสบในน้ำ.....	21
5.7 แพทเทิร์นจากการทดลองและนำมาวางบนพื้นสีต่างๆ.....	22
5.8 ภาพทดลองการออกแบบเสื้อแข่งขัน ครั้งที่ 1.....	23
5.9 ภาพทดลองการออกแบบเสื้อแข่งขัน ครั้งที่ 2.....	24
5.10 ภาพทดลองการออกแบบเสื้อแข่งขัน ครั้งที่ 3.....	25
5.11 ภาพแบบร่างโปสเตอร์โปรโมตเสื้อแข่งขันครั้งที่ 1.....	26
5.12 ภาพแบบร่างโปสเตอร์โปรโมตเสื้อแข่งขันครั้งที่ 2.....	27
5.13 ภาพแบบร่างโปสเตอร์ทีม ครั้งที่ 1.....	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.14 ภาพแบบร่างโปสเตอร์วันแข่งขัน ครั้งที่ 1.....	29
5.15 โลโก้แสนแสบฟุตบอลคลับที่เสร็จสมบูรณ์ที่นำมาวางบนพื้นหลัง.....	30
5.16 แพทเทิร์นที่สำเร็จ.....	30
5.17 ภาพการออกแบบเสื้อแข่งขันแบบสำเร็จ.....	31
5.18 ภาพโปสเตอร์โปรโมตเสื้อ แบบสำเร็จ.....	32
5.19 ภาพโปสเตอร์ทีมแบบสำเร็จ.....	33
5.20 ภาพโปสเตอร์วันแข่งขัน แบบสำเร็จ.....	34
5.21 ภาพโปสเตอร์รายชื่อผู้เล่น แบบสำเร็จ.....	35
5.22 ภาพโปสเตอร์โปรโมตทีม แบบสำเร็จ.....	36
5.23 ภาพโปสเตอร์แสดงสถิติของตัวผู้เล่น.....	37
5.24 Manual Book.....	38
5.25 ภาพออกแบบสื่ออื่นๆ.....	39



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ชุมชนแสนแสบ เป็นชุมชนขนาดกลางที่มี 2 ชุมชนรวมเข้าด้วยกันคือบ้านครัวเหนือและบ้านครัวใต้ทำให้มีคนอาศัยอยู่เป็นจำนวนหนึ่งในพื้นที่ที่คับแคบ สิ่งที่จะสร้างความสนุกและรวมเด็กทั้งสองชุมชนเข้าด้วยกันได้ก็คือ กีฬา เนื่องจาก บริเวณใกล้กับชุมชนมีสนามกีฬาของกรุงเทพมหานครที่ชื่อว่า สนามกีฬาพัฒนา 2 เป็นสถานที่ที่มีการเล่นกีฬามากมายไม่ว่าจะเป็นแบดมินตัน ตะกร้อ วอลเลย์บอล ฟุตซอล ทำให้เป็นสถานที่ที่เด็กๆ มักจะไปรวมตัวกัน สาเหตุที่กีฬาฟุตซอลได้รับความนิยมเนื่องจากเป็นกีฬาที่เหมือนกับฟุตบอล แต่ใช้สถานที่และจำนวนคนที่น้อยกว่าทำให้สามารถเล่นด้วยกันได้ง่าย เด็กๆ นั้นมีความคล่องแคล่วเพราะได้เล่นอย่างสม่ำเสมอ จนชำนาญตั้งแต่เด็ก แต่ปัญหาสำหรับเด็กๆ ที่จะมุ่งไปสู่ความเป็นมืออาชีพคือ โอกาสและยาเสพติด เด็กในชุมชนขาดกำลังด้านทุนทรัพย์ในการซื้อเสื้อสำหรับการลงแข่ง และค่าสมัครแข่งเหตุผลหลักคือการที่การเล่นกีฬาไม่สามารถเป็นได้มากกว่าการเล่นกีฬาในชีวิตประจำวัน เป้าหมายในการที่จะเล่นกีฬาอย่างจริงจังเพื่อเป็นนักกีฬามืออาชีพจึงหายไป และไปมองหาอย่างอื่นแทนไม่ว่าจะเป็นการมั่วสุมระแวกชุมชน หรือเข้าหายาเสพติดซึ่งสามารถหาได้ง่าย สิ่งที่จะช่วยเด็กๆ ออกมาจากจุดนั้นได้ก็คือการที่ เด็กๆ ได้รับโอกาส ดังนั้นหาก Futsal club สามารถจัดเป็น charity หรือหาสปอนเซอร์เพื่อให้เด็กๆ มีทุนในการ ซื้อเสื้อ รองเท้า หรือค่าสมัครในการเข้าร่วมแข่งขัน จะได้พัฒนาฝีเท้าและก้าวสู่การเป็นนักกีฬามืออาชีพ รวมไปถึงสามารถสร้างอาชีพและแก้ไขปัญหาหลักๆ ในชุมชนได้

1.2 ปัญหาของการวิจัย

- 1.2.1 คนในชุมชนขาดโอกาสในการแข่งขันกีฬาฟุตซอล
- 1.2.2 เด็กเยาวชนในชุมชนไม่สามารถเข้าถึงการแข่งขันได้ทุกคนเนื่องจากปัญหาด้านทุนทรัพย์
- 1.2.3 ขาดการออกแบบอัตลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับทีมในชุมชน
- 1.2.4 ขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์

1.3 วัตถุประสงค์

- 1.3.1 สร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มเด็กๆ ในชุมชนเพื่อเพิ่มคุณค่าและดึงดูดสปอนเซอร์ หรือ ผู้สนใจเพื่อสนับสนุนให้เด็กมีโอกาสในการต่อยอดจนกลายเป็นอาชีพหรือ ประโยชน์ในการใช้ชีวิต
- 1.3.2 เพื่อศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ และสื่อประชาสัมพันธ์

1.3.3 ออกแบบสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในที่สาธารณะนอกชุมชน

1.4 ขอบเขตของงาน

- 1.4.1 อัตลักษณ์ของแบรนด์
- 1.4.1 CI Manual book จำนวน 20 หน้าขึ้นไป
- 1.4.2 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์
- 1.4.3 สื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ จำนวน 3 ชิ้น
- 1.4.4 ป้ายประชาสัมพันธ์บนรถไฟฟ้า
- 1.4.5 ป้ายประชาสัมพันธ์บนเรือ
- 1.4.6 ป้ายประชาสัมพันธ์บนท่าเรือ
- 1.4.7 โปสเตอร์ จำนวน 6 ชิ้น
- 1.4.8 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวน 5 ชิ้น
- 1.4.9 วิดีโอ โพรโมทในสื่อช่องทางออนไลน์ 30 วินาที จำนวน 1 ชิ้น
- 1.4.11 เสื้อ jersey ในการใช้แข่งขัน จำนวน 3 ชุด
- 1.4.12 อุปกรณ์ในการเชียร์อื่นๆ จำนวน 3 ชิ้น

1.5 การดำเนินการออกแบบ

- 1.5.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนเพื่อนำมาสร้างคอนเซ็ปในการออกแบบ
- 1.5.2 สรุปลงคอนเซ็ปจากข้อมูลเพื่อกำหนดอัตลักษณ์ของแบรนด์
- 1.5.3 วางแผนสื่อ storytelling
- 1.5.4 ลงพื้นที่ถ่ายรูปและคลิปวิดีโอเพื่อใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์
- 1.5.5 ออกแบบสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ศึกษาวิธีการสร้างอัตลักษณ์ให้กับทีมในงบประมาณที่จำกัด
- 1.6.2 เรียนรู้การสร้าง storytelling ที่น่าสนใจเหมาะสมกับทีมและชุมชน
- 1.6.3 เรียนรู้การออกแบบ advertising ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity Design) หรือ CI

คือการออกแบบหน้าตาให้กับองค์กร แบนด์สินค้าหรือบริการ เพื่อให้แบรนด์ “มีตัวตน” ที่โดดเด่นและแตกต่าง เพื่อให้เราทำความรู้จักและสานต่อมิตรภาพได้เหมือนกับเป็นคนอื่นๆ หนึ่งและคนอื่นๆ นั้นจำเป็นต้องแสดงความเป็นตัวเอง แบบ best version ตลอดเวลาในการฉายภาพตัวตนที่มีเอกลักษณ์น่าจดจำ ด้วยความสม่ำเสมอ ความสม่ำเสมอ (Consistency) คือกุญแจไขเข้าไปสู่ความสำเร็จ การรับรู้และจดจำแบรนด์ เป็นกระบวนการที่ต้องสะสมผ่านประสบการณ์ เหมือนถ้าเราจะเชื่อมั่นในตัวใครสักคน ย่อมต้องใช้เวลาพิสูจน์การออกแบบ CI จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการบอกเล่าคุณค่าตัวตน รวมถึงสถานะของแบรนด์ อย่างเป็นระเบียบแบบแผน โดยสื่อสารผ่าน องค์ประกอบเชิงภาพ (Visual Elements) หรือที่เรียกว่า สินทรัพย์เชิงภาพ (Visual Assets) ที่ทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้อง (Cohesive) ในทุกช่องทางสื่อสาร (Platforms)

องค์ประกอบเชิงภาพ (Visual Elements) หรือที่เรียกว่า สินทรัพย์เชิงภาพ (Visual Assets) ที่ทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้อง (Cohesive) ในทุกช่องทางสื่อสาร (Platforms)

2.1.1 โลโก้ (Logo)

ตราสัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมายการค้า (Trademark) ที่เป็นตัวแทนของแบรนด์หรือองค์กร บรรลุความหมายที่สื่อถึงคุณค่าหลักบางประการ ในสไตล์ที่ตอบบุคลิกและสถานะของแบรนด์

2.1.2 ฟอนต์ / การจัดวางตัวอักษร (Font / Typography)

การเลือก แบบตัวอักษร (Typeface) ที่ใช้พิมพ์ข้อความทุกชนิด มาช่วยสร้างบุคลิกและน้ำเสียงเฉพาะตัวของแบรนด์

สามารถเลือกจากแบบตัวอักษรที่มีอยู่แล้ว (Retail Fonts) หรือออกแบบขึ้นใหม่ (Custom Font) โดยกำหนดจำนวนแบบตัวอักษร และน้ำหนัก (Weight) รวมถึงการสร้างแบบแผน (Format) ในการจัดวางข้อความ (Typographic System) เพื่อให้ปรับใช้งานได้ตามความเหมาะสมในทุกแพลตฟอร์ม

2.1.3 ภาพ (Imagery)

การกำหนดรูปแบบ (Style) ของ ภาพทุกชนิด ที่จะนำมาใช้ในสื่อต่างๆ เช่นภาพถ่าย ภาพประกอบ ไอคอน ภาพเคลื่อนไหว ฯลฯ รวมถึง กราฟิกตกแต่ง ที่เข้ามาช่วยในการสื่อสาร เช่น แพทเทิร์น ลายเส้น แบนกราวด์ ฯลฯ โดยเลือกให้เหมาะกับบุคลิกแบรนด์และตอบประโยชน์การใช้งานในแต่ละโอกาส

2.1.4 สี (Color Scheme)

องค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้คนจดจำแบรนด์ได้มากกว่า 80% การกำหนด ชุดสี และ รหัสค่าสี ต่างๆ เป็นไปเพื่อความเที่ยงตรง แม่นยำในการใช้งาน เช่น ค่า CMYK ที่ใช้กับงานสิ่งพิมพ์ ค่า RGB ที่ใช้บนจอ หรือค่า Pantone ที่ใช้กับงานสิ่งพิมพ์รวมทั้งงานประเภทอื่นๆ

2.2 องค์ประกอบในการออกแบบ

2.2.1 โลโก้ คือ เครื่องหมาย ตรา หรือสัญลักษณ์ทางการค้า ที่ผ่านการออกแบบกราฟิกเพื่อสร้างเอกลักษณ์แกสินค้า บริการและกิจการของตนเอง โดยการออกแบบจะต้องสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ มีเอกลักษณ์ และจดจำได้ง่ายนอกจากใช้เป็นสัญลักษณ์ทางการค้าแล้ว โลโก้ยังใช้บอกกรรมสิทธิ์ของสินค้าที่มีโลโก้นั้นๆ ว่าเป็นของเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว ผู้อื่นไม่สามารถใช้โลโก้นี้ได้ รวมถึงเราก็ไม่สามารถใช้โลโก้ของผู้อื่นได้เช่นกันนอกจากจะมีการทำสัญญาควบธุรกิจกันหรือสัญญาอื่นๆ

2.2.2 ฟอนต์ มาจากคำว่า “Fount” ซึ่งแปลว่า “สิ่งที่ถูกหลอม” ในสมัยก่อน หากต้องการพิมพ์ตัวหนังสือลงไปบนอะไรสักอย่างจะต้องใช้ “ตัวพิมพ์” ซึ่งมักจะสร้างมาจากโลหะที่เอามาหลอมลงในแม่พิมพ์ นั่นหมายความว่า ถ้าเราต้องการตัวอักษร ตัวหนา ตัวกว้าง หรือ ตัวเอียง เราจะต้องสร้าง “ตัวพิมพ์” ขึ้นมาใหม่เพื่อรองรับตัวอักษรแบบนั้นๆ โดยเฉพาะและนี่เอง ที่ทำให้เราเรียก “รูปแบบ” ของตัวอักษรที่แตกต่างกันว่า “Font”

2.2.3 ภาพ การกำหนดรูปแบบ (Style) ของ ภาพทุกชนิด ที่จะนำมาใช้ในสื่อต่างๆ เช่นภาพถ่าย ภาพประกอบ ไอคอน ภาพเคลื่อนไหว ฯลฯ รวมถึง กราฟิกตกแต่ง ที่เข้ามาช่วยในการสื่อสาร เช่น แพทเทิร์น ลายเส้น แบนกราวด์ ฯลฯ โดยเลือกให้เหมาะกับบุคลิกแบรนด์และตอบประโยชน์การใช้งานในแต่ละโอกาส

2.2.4 สี องค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้คนจดจำแบรนด์ได้มากกว่า 80% การกำหนด ชุดสี และ รหัสค่าสี ต่างๆ เป็นไปเพื่อความเที่ยงตรง แม่นยำในการใช้งาน เช่น ค่า CMYK ที่ใช้กับงานสิ่งพิมพ์ ค่า RGB ที่ใช้บนจอ หรือค่า Pantone ที่ใช้กับงานสิ่งพิมพ์รวมทั้งงานประเภทอื่นๆ (บริษัท คัดสรรรตีมาก, 2566)

2.3 คู่มืออัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity Manual)

CI Manual หรือ Design Guideline / Brand Guideline เป็น คู่มือ ที่ใช้ กำกับดูแลอัตลักษณ์องค์กร ให้สามารถสื่อสารตัวตนได้อย่างถูกต้อง เป็นระบบ และมีความสม่ำเสมอ โดยบอกแนวทางการจัดการกับองค์ประกอบเชิงภาพทั้ง 4 : โลโก้ ฟอนต์ ภาพ และ สี ที่จะปรากฏอยู่ในงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

2.3.1 วัสดุสิ่งของต่างๆ ขององค์กร (Corporate Items)

ภายในเล่มจะมีการระบุ กฎเกณฑ์ / วิธีใช้งาน (Rules & Instructions) ของทุกองค์ประกอบอย่างละเอียด ในรูปแบบของ ระบบกริด (Grid System) และ เลย์เอาต์ตัวอย่าง (Layout Templates) แต่ละองค์กร หรือแบรนด์ จะมีจำนวนชิ้นงานของ Corporate Items ที่แตกต่างกันตามเงื่อนไขความต้องการและความจำเป็นในการใช้งาน

2.4 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างสื่อที่ประกอบด้วยรายละเอียดซึ่งถูกกำหนดแนวคิด (Concept) เพื่อกระจายสารของผู้ต้องการสื่อสารอย่างมีหลักการ ตามวัตถุประสงค์ของสื่อชนิดนั้นๆ

สื่อโฆษณาแบ่ง เป็นประเภทต่าง ๆ ได้เป็น 4 ประเภท คือ

2.4.1 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ (Print Media)

เป็นการสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้ตัวหนังสือเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความคิดสิ่งที่ต้องการสื่อสารไปสู่ประชาชน มีด้วยกันหลากหลายประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือการใช้สินค้า แบบตัวอย่างสินค้า (catalogs) เป็นต้น ซึ่งสื่อประเภทนี้ก็เป็นหนึ่งในประเภทของสื่อโฆษณายุคแรกเริ่มด้วย

2.4.2 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ (broadcasting media)

เป็นการโฆษณาโดยใช้เสียง ภาพ หรือตัวหนังสือ ได้แก่ โฆษณาวิทยุและโทรทัศน์

2.4.3 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทที่มาแรงเป็นอย่างมากในปัจจุบัน มีทั้งแบบภาพนิ่งที่สื่อสารด้วยรูปภาพและตัวหนังสือ หรือแบบภาพเคลื่อนไหวที่ครบไปด้วยภาพและเสียง ซึ่งสื่อโฆษณาออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากเนื่องด้วยคนเริ่มใช้สื่ออย่างโทรศัพท์มือถือที่เข้าถึงโลกออนไลน์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ

2.4.4 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ นอกเหนือจากสื่อที่กล่าวไปแล้วข้างต้น เช่น สื่อที่โฆษณาสำหรับติดตั้งเฉพาะกับสถานที่ต่างๆ สื่อโฆษณานอกสถานที่อย่างป้ายโฆษณาขนาดต่างๆ โฆษณาที่ติดตามรถที่ใช้สำหรับคมนาคมเป็นต้น (มิสเตอร์มีสตูดิโอ, 2560)

2.5 ความสำคัญของกีฬาฟุตบอลในชุมชนแสนแสบ

เนื่องจากชุมชนแสนแสบเป็นชุมชนขนาดเล็กที่มีพื้นที่ไม่มากนักทำให้ยากที่จะมีสนามฟุตบอลในพื้นที่ระแวกนี้ รวมถึงลานกีฬาพัฒนา 2 ที่เป็นลานกีฬาของชุมชนก็มีเพียงสนามฟุตบอลไม่มีสนามฟุตบอล ด้วยปัจจัยต่างๆ ทั้งพื้นที่และจำนวนคนในการเล่น ทำให้กีฬาฟุตบอล เป็นกีฬาที่นิยมของเด็กๆ ในชุมชนเป็นอย่างมาก

2.6 ทีมแสนแสบ

ทีมแสนแสบ เป็นทีมที่มีอยู่แล้วในชุมชนตั้งแต่ปี 2019 แต่ก่อนหน้านี้ไม่เคยมีการออกแบบอัตลักษณ์อะไรมีแค่ชื่อที่เรียกกันเท่านั้น ซึ่งเกิดจากการรวมตัวกันของเด็กๆ ในชุมชนบ้านครัวเหนือและบ้านครัวใต้ในการเล่นกีฬาฟุตบอลที่สนามลานกีฬาพัฒนา และถ้าเกิดมีการแข่งขันกีฬาเด็กๆ ในชุมชนก็จะออกแบบเสื้อหรือชื่อหรือตราสโมสรกันเองโดยไม่ได้มีรูปแบบและอัตลักษณ์ของทีมที่ชัดเจน แต่ด้วยการฝึกฝนที่สม่ำเสมอในการเล่นทุกวันทำให้เด็กๆ มีความสามารถเป็นอย่างมากแต่เด็กขาดโอกาสในด้านของการพัฒนาความคิดร่างกายและความสามารถอื่นๆ นอกเหนือจากสิ่งที่เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

บทที่ 3

การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การศึกษาข้อมูลจากสโมสรอื่นๆ

เนื่องจากการออกแบบอัตลักษณ์สโมสรนั้นไม่มีรูปแบบตายตัวที่ชัดเจนจึงได้ทำการศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสโมสรในแต่ละยุคสมัย ว่ามีสิ่งใดที่เป็นข้อจำกัดในการออกแบบอัตลักษณ์ของสโมสรบ้าง ซึ่งจะมีบางอย่างที่เหมือนและบางอย่างที่ต่างจึงนำ สิ่งที่ทุกสโมสรใช้คล้ายกันมาเป็นข้อจำกัดและแนวทางในการออกแบบอัตลักษณ์สโมสรแสนแสน

3.1.1 การเลือกใช้สีในการออกแบบ

3.1.1.1 การเลือกใช้สีจากสปอนเซอร์หลักที่สนับสนุนสโมสร

ยกตัวอย่างเช่น การใช้สีของ SCG เมืองทอง หรือสีแดงในช่วงแรกๆที่มาจาก กีฬาการพิมพ์หรือสีแดงในช่วงหลังที่มาจาก SCG และ Bangkok United ที่เปลี่ยนสีหลักของสโมสรจากที่เขียวที่เป็นสีของกรุงเทพมหานคร กลายเป็นสีแดงที่เป็นสีหลักของ TRUE

ตัวอย่างสีของสโมสรต่างๆ



ภาพที่ 3.1 ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงสีของสโมสร Bangkok United

3.1.1.2 การเลือกใช้สีจากสีประจำจังหวัด

ยกตัวอย่างเช่น การใช้สีของ BG ปทุมและ BG ยูไนเต็ด ที่ในตอนแรกใช้สีของสีเขียวที่มาจากสีประจำจังหวัดของกรุงเทพมหานครและตอนหลังเปลี่ยนไปใช้สีน้ำเงินในตอนที่สโมสรได้ย้ายไปอยู่ในจังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงสีของสโมสร BG United

3.1.1.3 การเลือกใช้สีต่างๆ จาก ความหมายของสี

ยกตัวอย่างเช่น สีของสโมสร คอนซาโดเล่ ที่เลือกใช้สีต่างๆ จากความหมายที่รวมกันเป็นอัตลักษณ์ของสโมสร เช่นสีแดงที่เป็นสีของการต่อสู้ สีน้ำเงินที่เป็นสัญลักษณ์ของความซุขุมสีดำที่เป็นสีของพลังที่ไร้ขีดจำกัด และสีขาวที่มาจากการเล่นอย่างยุติธรรม



ภาพที่ 3.3 ตัวอย่างการใช้สีของสโมสร คอนซาโดเล่

3.1.1.4 ข้อจำกัดในการใช้สี

การเปลี่ยนสีในขณะที่ยังเป็นองค์กรเดิมยกตัวอย่างการใช้ของสโมสรการทำเรือที่ในช่วงแรก ใช้สีน้ำเงินและในตอนทีรีแบรนด์ได้เปลี่ยนสีเป็นสีน้ำเงินที่สว่างขึ้นไม่มีสีเหลืองและได้มีการเพิ่มสีแดงส้มเข้ามาในรูปแบบใหม่ที่ชื่อว่า สิงห์เจ้าท่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.4 ภาพตัวอย่างการใช้สีของสโมสรการทำเรือ

3.1.1.5 การรวมตัวกันของสโมสรและเลือกใช้สีที่เป็นสีหลักของสโมสรที่มีความเป็นหลักมากกว่า

ยกตัวอย่างการรวมตัวกันของสโมสรการไฟฟ้า PEA สีสีหลักเป็นสีม่วง และ บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่มีสีหลักเป็นสีน้ำเงิน หลังจากนั้นได้รวมตัวกับบุรีรัมย์ เอฟซี ที่เป็นสีส้มแต่ก็ยังเลือกใช้สีน้ำเงินที่เป็นสีประจำจังหวัดและเป็นสีหลักของสโมสร คุณ เนวิน ชิดชอบ



ภาพที่ 3.5 ภาพตัวอย่างการใช้สีของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

3.1.1.6 การออกแบบโดยไม่จำเป็นต้องใช้สีเดียวกันแม้อยู่ในจังหวัดเดียวกัน

ยกตัวอย่างเช่น สีของ สโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด และ แมนเชสเตอร์ ซิตี้ที่แม้จะอยู่ในเมืองเดียวกันแต่ก็ใช้คนละสี ในส่วนของ แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดเลือกใช้สีแดงที่มาจากฉายา Red Devil และ แมนเชสเตอร์ ซิตี้ สีเลือกใช้สีฟ้าที่มาจากอัตลักษณ์ของเมืองที่อยู่ใกล้แม่น้ำและเป็นเมืองท่ารวมถึงฉายา เรือใบสีฟ้า



ภาพที่ 3.6 ภาพตัวอย่างการใช้สีของสโมสรในเมืองแมนเชสเตอร์

3.1.1.7 การออกแบบโดยไม่จำเป็นต้องเป็นสีที่ดูต้น ร้อนแรง เข้มแข็ง

ยกตัวอย่างเช่น สโมสร อินเตอร์ ไมอามี และ คาวาซากิ ฟรอนตาเล่ ที่เป็นสีอ่อน สีฟ้าและสีชมพู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.7 ภาพตัวอย่างการใช้สีของสโมสรต่างชาติที่ไม่จำเป็นต้องเป็นสีที่ให้ความรู้สึกร้อนแรง

3.1.2 การเลือกใช้สีตัวในการออกแบบ

3.1.2.1 การเลือกใช้สีตัวในการออกแบบต่างๆ

การเลือกใช้สีตัวจากฉายาของสโมสรยกตัวอย่างในช่วงแรกของสโมสรได้เลือกใช้ตราของการท่าเรือแต่ช่วงหลังๆ ได้เปลี่ยนมาใช้สีที่มาจากฉายาสโมสรเจ้าท่า



ภาพที่ 3.8 ภาพตัวอย่างการใช้สีตัวต่างๆในการออกแบบของสโมสร การท่าเรือ เอฟซี

3.1.2.2 การเลือกใช้สีตัวที่มาจากอัตลักษณ์ความเป็นจังหวัด

ยกตัวอย่าง ชลบุรี เอฟซี ที่เลือกฉลามจากอัตลักษณ์ความเป็นจังหวัดที่เด่นเรื่องทะเลและสัตว์ที่แสดงถึงความแข็งแกร่ง



ภาพที่ 3.9 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสร ชลบุรี เอฟซี

3.1.2.3 การเลือกใช้สัตว์ที่มาจากอัตลักษณ์ขององค์กร
ยกตัวอย่างในด้านของเมืองทองยูไนเต็ดที่เลือกใช้กิเลนที่มาจากกิเลนการพิมพ์เจ้าของสโมสรในยุคแรก



ภาพที่ 3.10 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสร เอฟซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด

3.1.2.4 การเลือกใช้สัตว์ที่มาจากความต้องการส่วนตัวของเจ้าของสโมสร
ยกตัวอย่างในด้านของสโมสร บางกอกกราส เอฟซี ที่เลือกใช้กระต่ายเนื่องจากเจ้าของสโมสรเกิดปี
กระต่าย

ผู้ก่อตั้งเกิดปีกระต่าย



ภาพที่ 3.11 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสร บีจี ยูไนเต็ด

3.1.2.5 การเลือกใช้สัตว์ที่มาจากสัตว์ประจำจังหวัด

ยกตัวอย่างในด้านของสโมสร คาซิม่า แอนท์เลอร์ส ที่ใช้กวาง หรือ ฮอกไกโด คอนซาโดเล่ ซัปโปโร เป็นสัตว์ประจำถิ่นของแถบนั้น



สัตว์ประจำจังหวัด

กวาง

นกฮูก

ภาพที่ 3.12 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสรจากลีกญี่ปุ่น

3.1.2.6 กรณีที่ไม่ใช้สัตว์เข้ามาในการออกแบบของโลโก้

ยกตัวอย่างในกรณีของ มอนเตดีโอ ยามาฮากาตะ ที่เลือกใช้ภูเขา ซึ่งของสถานที่ขึ้นชื่อของจังหวัดหรือ ซานเฟรซเซ่ ฮิโรชิม่า ที่ออกแบบจากการนำสัญลักษณ์ต่างๆ มารวมกัน และ วิสเซล โกะเบ่ ที่มีวัวเป็นสัตว์ขึ้นชื่อแต่ก็ไม่ได้นำมาออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โมใช้สัตว์ประจำจังหวัด



ภาพที่ 3.13 ภาพตัวอย่างการใช้สัตว์ของสโมสรในลีกญี่ปุ่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทีมแสนแสบเป็นทีมของเด็กๆในชุมชนที่มีเอกลักษณ์ทั้งด้านชีวิตความเป็นอยู่ที่อยู่ติดคลอง อยู่ใกล้กับน้ำ อยู่กันเป็นชุมชนที่ใกล้ชิด ใครๆ ก็รู้จักกันดูมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันจึงเหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นหลักในการ ออกแบบอัตลักษณ์

4.1 ขอบเขตข้อมูลของโครงการ

จากข้อมูลที่หามาข้างต้น จะถูกนำมาเรียบเรียง วิเคราะห์และออกแบบเพื่อแก้ไขปัญหาในรูปแบบของสื่อ ประชาสัมพันธ์ ในชื่อของ สโมสรร แสนแสบ โดยจะออกแบบให้มีความเข้ากับกลุ่มเป้าหมาย และเข้าถึงได้ง่ายถึง กลุ่มเป้าหมาย ตามจุดประสงค์ของการออกแบบ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลและผู้ใช้งาน

4.2.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มคนวัยกลางคนช่วงอายุ 25-40 ปี ที่มีความสนใจเรื่องฟุตบอล และมีความชื่นชอบในชุมชนอยากลงทุน กับทีมฟุตบอลและมีกำลังทุนทรัพย์พร้อมในการสนับสนุนเด็กวัยรุ่น

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.2.1 หลักและแนวคิดในการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร

- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนเพื่อนำมาสร้างคอนเซ็ปในการออกแบบ
- สรุปคอนเซ็ปจากข้อมูลเพื่อดีงอัตลักษณ์ของแบรนด์
- วางแผนสื่อ storytelling
- ลงพื้นที่ถ่ายรูปและคลิปวิดีโอเพื่อใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์
- ออกแบบสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อดีงดูกลุ่มเป้าหมาย

4.2.2.2 เป้าหมายของการออกแบบนิทรรศการ

- มีประสบการณ์ในการออกแบบชิ้นงานให้กับชุมชนหรือองค์กร
- เรียนรู้การใช้ storytelling
- สร้างช่องทางและเสริมอัตลักษณ์ให้ชุมชนและตัวเด็กวัยรุ่นได้รับประโยชน์จากการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง

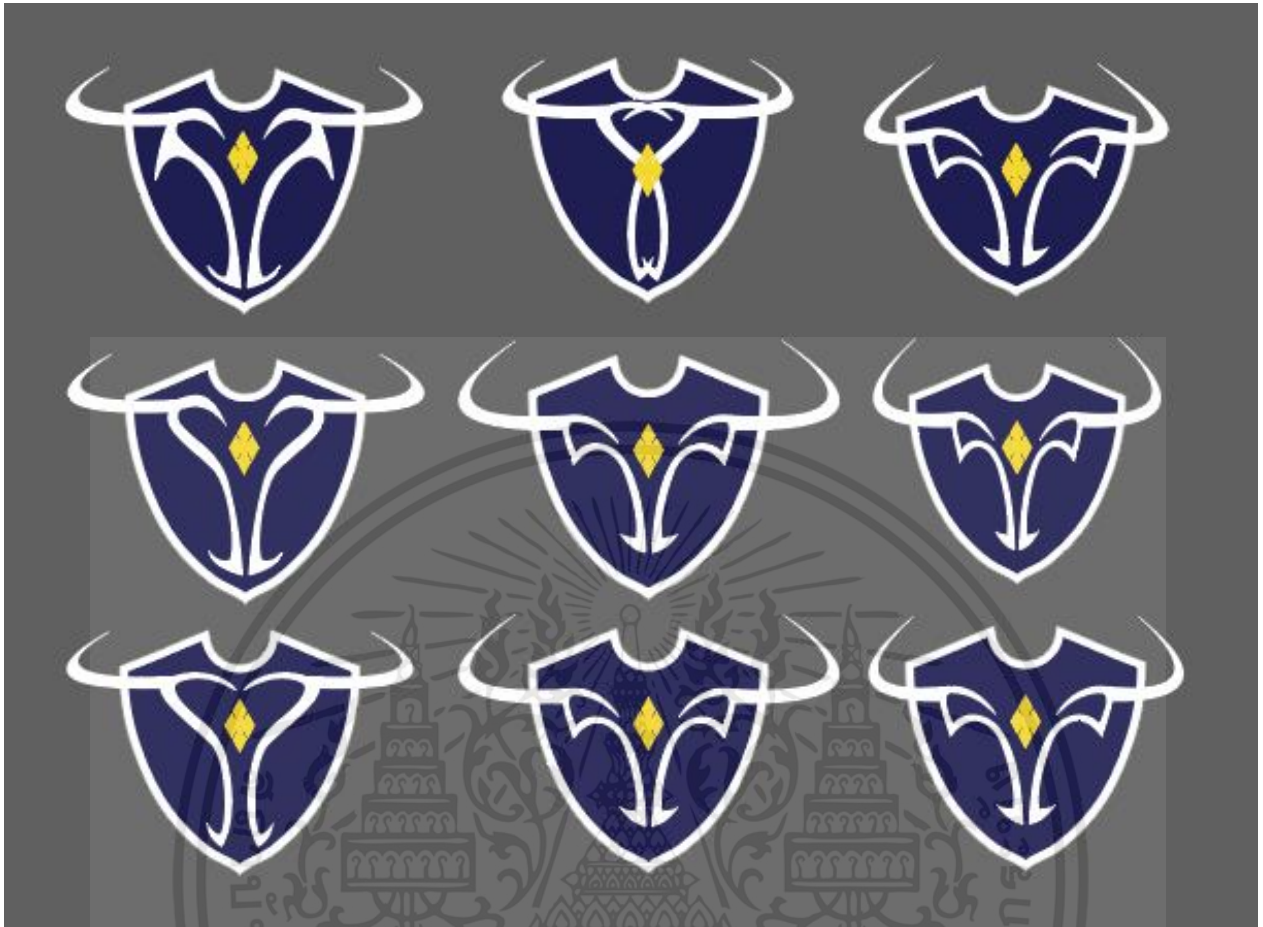
5.1 การออกแบบโลโก้สโมสร

เริ่มจากการคิดชื่อให้สอดคล้องกับความเป็นสโมสรจึงนำคำว่า แสนแสบ ที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นสิ่งที่คนนึกถึงมานำเป็นชื่อสโมสรหลังจากที่คิดชื่อสโมสรได้แล้วนั้น มีการทดลองการร่างโลโก้แบบต่างๆ และคิดออกมาในรูปแบบของ ส เสือ สองตัว มีความพลิ้วไหวเหมือนน้ำ



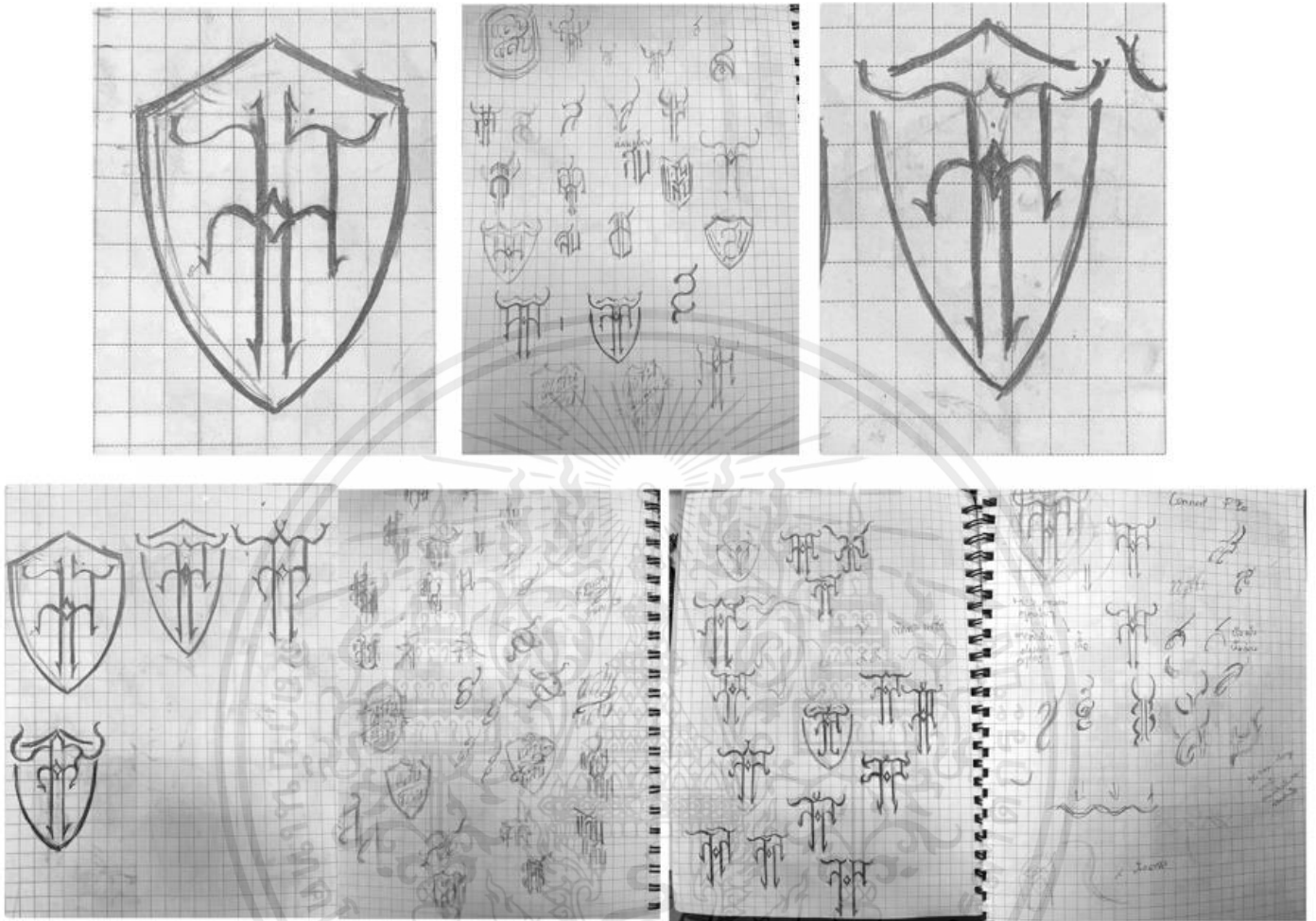
ภาพที่ 5.1 แบบร่างโลโก้สโมสร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.2 แบบร่างโลโก้ที่นำมาพัฒนาต่อครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

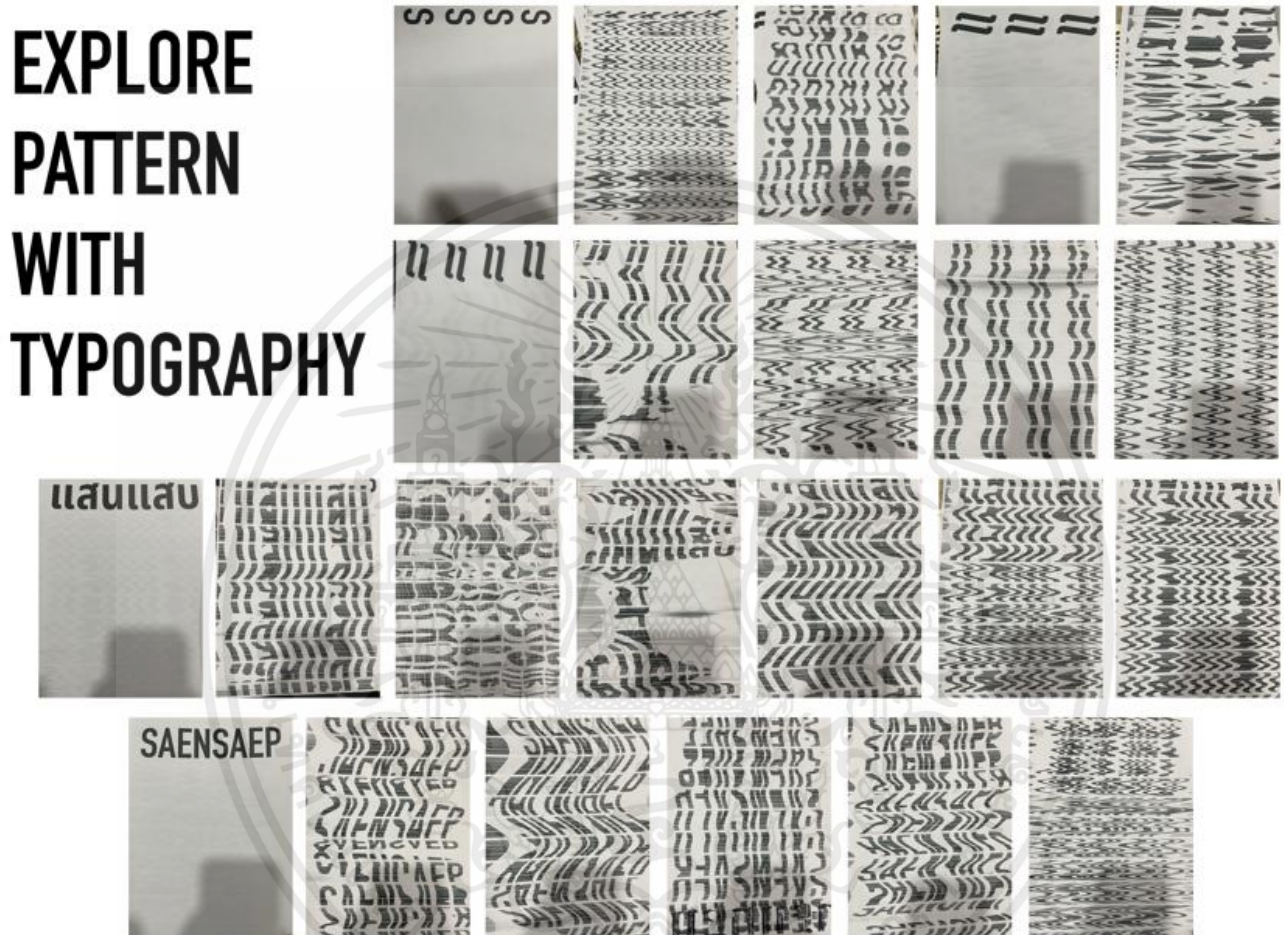


ภาพที่ 5.3 แบบร่างโลโก้ที่นำมาพัฒนาต่อ ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 การออกแบบแพทเทิร์นที่ใช้สำหรับสื่ออื่นๆ

เริ่มจากการทดลองจากคำว่า แสนแสบ ที่เป็นเอกลักษณ์ของสโมสรบวกับแนวคิด ที่อยากให้ความพลิ้วไหว ลื่นไหลเหมือนน้ำ



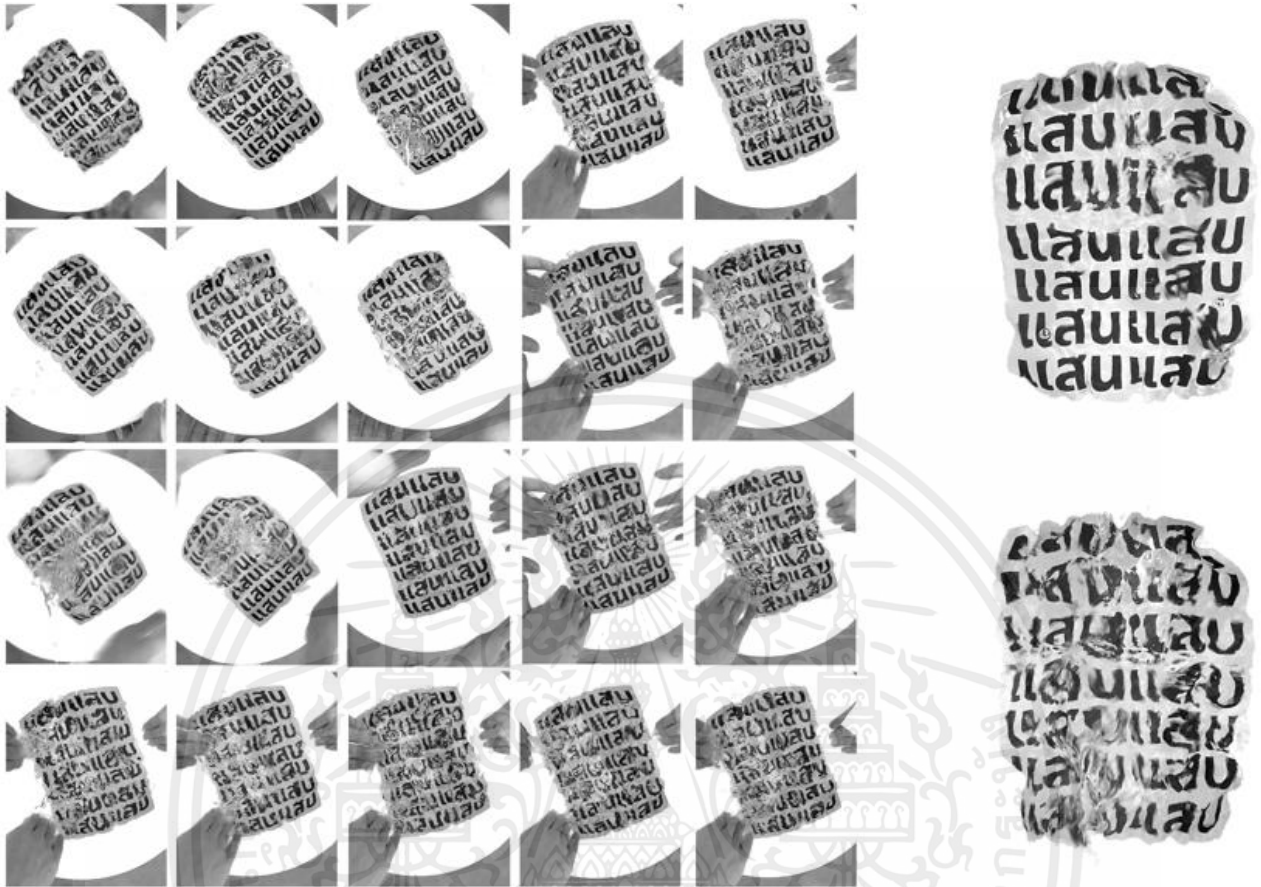
ภาพที่ 5.4 แพทเทิร์นจากการทดลองตัวอักษรต่างๆจากคำว่าแสนแสบ ผ่านเครื่องถ่ายภาพเอกสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.5 แพทเทิร์นจากการทดลองและนำมาปรับค่าสีต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.6 แพทเทิร์นจากการทดลองคำว่าแสนแสนในน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



อ

ภาพที่ 5.7 แพทเทิร์นจากการทดลองและนำมาวางบนพื้นสีต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 การออกแบบเสื้อสโมสร

มีแนวคิดจากการนำแพทเทิร์นและสีของสโมสรมาทำเป็นเสื้อแข่งขันต่างๆ



ภาพที่ 5.8 ภาพทดลองการออกแบบเสื้อแข่งขัน ครั้งที่ 1



ภาพที่ 5.9 ภาพทดลองการออกแบบเสื้อแข่งขัน ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.10 ภาพการทดลองการออกแบบเสื้อแข่งขัน ครั้งที่ 3

5.4 การออกแบบโปสเตอร์

ออกแบบโดยยึดจากตัวแพทเทิร์นและสีของสโมสรให้สื่อไปในแนวทางเดียวกัน



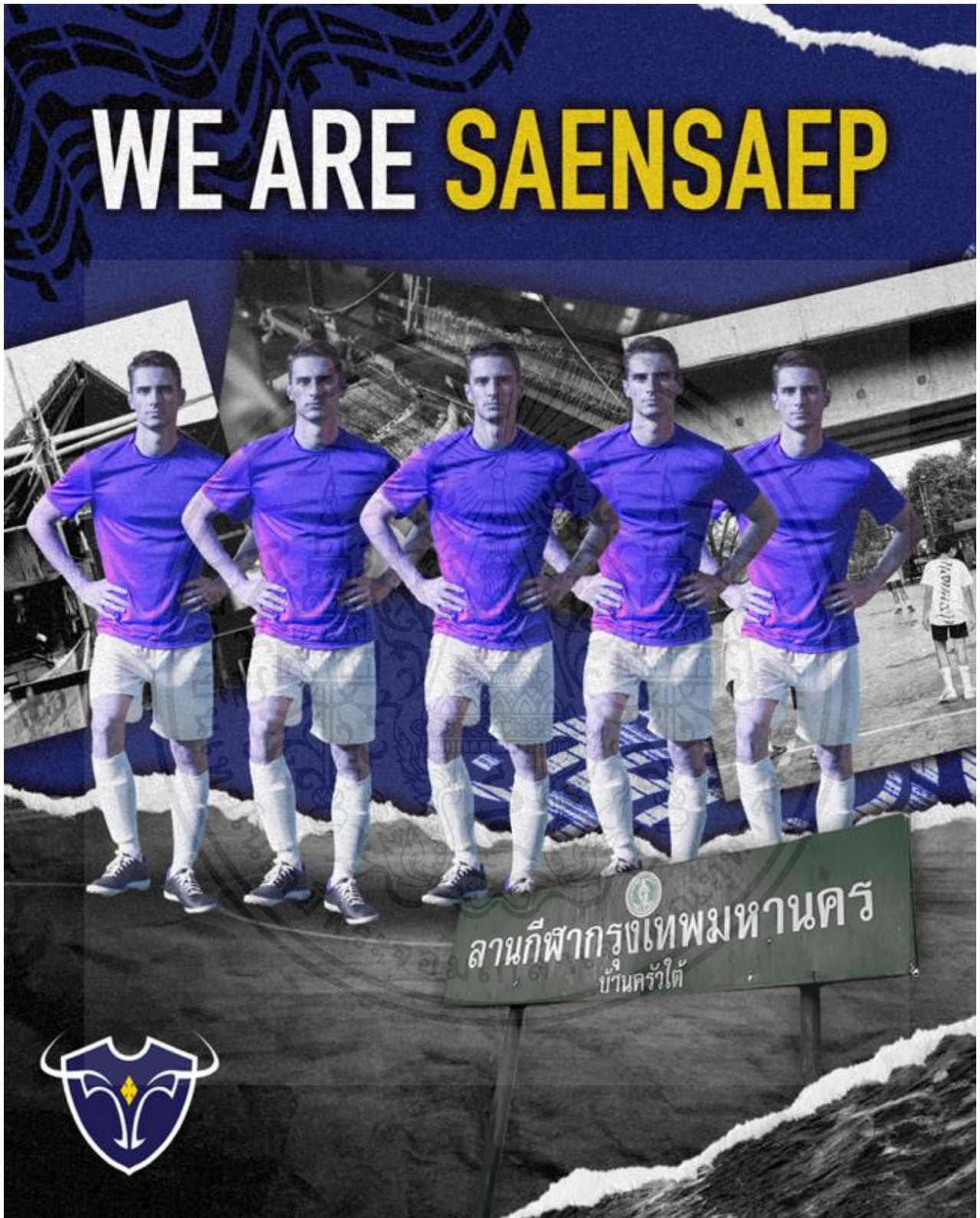
ภาพที่ 5.11 ภาพแบบร่างโปสเตอร์โปรโมตเสื้อแข่งชั้นครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.12 ภาพแบบร่างโปสเตอร์โปรโมตเสื้อแข่งชั้นครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.13 ภาพแบบร่างโปสเตอร์ทีม ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MATCHDAY

วันพุธที่ 20 กุมภาพันธ์
เวลา 17:00

**SAENSAEP
FUTSAL CLUB**

— V —

**FUTSAL
THAI ARMY**

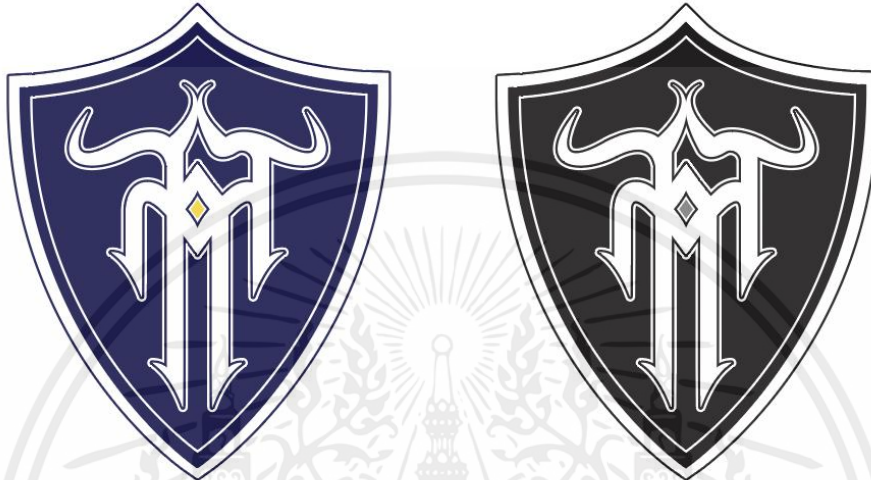
สนามกีฬาบ้านครัวใต้

ภาพที่ 5.14 ภาพแบบร่างโปสเตอร์วันแข่งขัน ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.5 โลโก้

นำแบบร่างโลโก้มาพัฒนาแก้ไขตัวอักษรให้ดูมีความเป็น ส เสือ ชัดเจนมากขึ้นและยังสื่อความหมายอื่นๆ ได้ดี จัดการสเปสและทำให้ดูมีความดูดีเหมือนตราสโมสรมากขึ้น



ภาพที่ 5.15 โลโก้แสนแสบฟุตบอลคลับที่เสร็จสมบูรณ์ที่นำมาวางบนพื้นหลัง

5.6 แพทเทิร์น

หลังจากการทดลองโดยใช้เครื่องถ่ายเอกสารแล้วยังไม่สื่อถึงความเป็นน้ำยังไม่พริ้วไหวจึงนำคำว่า แสนแสบ มาทดลองในน้ำจริงๆ ได้สร้างคลื่นฟองในรูปแบบต่างๆ



ภาพที่ 5.16 แพทเทิร์นที่สำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.7 เสื้อแข่งขัน

เลือกแพทเทิร์นที่ให้ความรู้สึกที่เหมือนน้ำที่สุดนำมาพัฒนาในการออกแบบเสื้อแข่งขัน



ภาพที่ 5.17 ภาพการออกแบบเสื้อแข่งขันแบบสำเร็จ

5.8 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

**SAENSAEP
JERSEY**
1,290 THB.

GOALKEEPER

HOME JERSEY

AWAY JERSEY

ภาพที่ 5.18 ภาพโปสเตอร์โปรโมตเสื้อ แบบสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.19 ภาพโปสเตอร์ทีมแบบสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.20 ภาพโปสเตอร์วันแข่งขัน แบบสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

LINE-UP

FUTSAL THAI ARMY V

03.05.23
17:00 u.

STARTING XI

1.CHEP
3.DO
6.KRIT
7.DOL
9.OHM

SUBSTITUTED ◆

10.CHON
29.PEAT
32.KOD

SAENSAEP FUTSAL CLUB

ภาพที่ 5.21 ภาพโปสเตอร์รายชื่อผู้เล่น แบบสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.22 ภาพโปสเตอร์โปรโมททีม แบบสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**LET YOU KNOW
SAENSAEP
PLAYER**

OHM ◆

POSITION : FORWARD
AGE : 16
STONGER FOOT : RIGHT

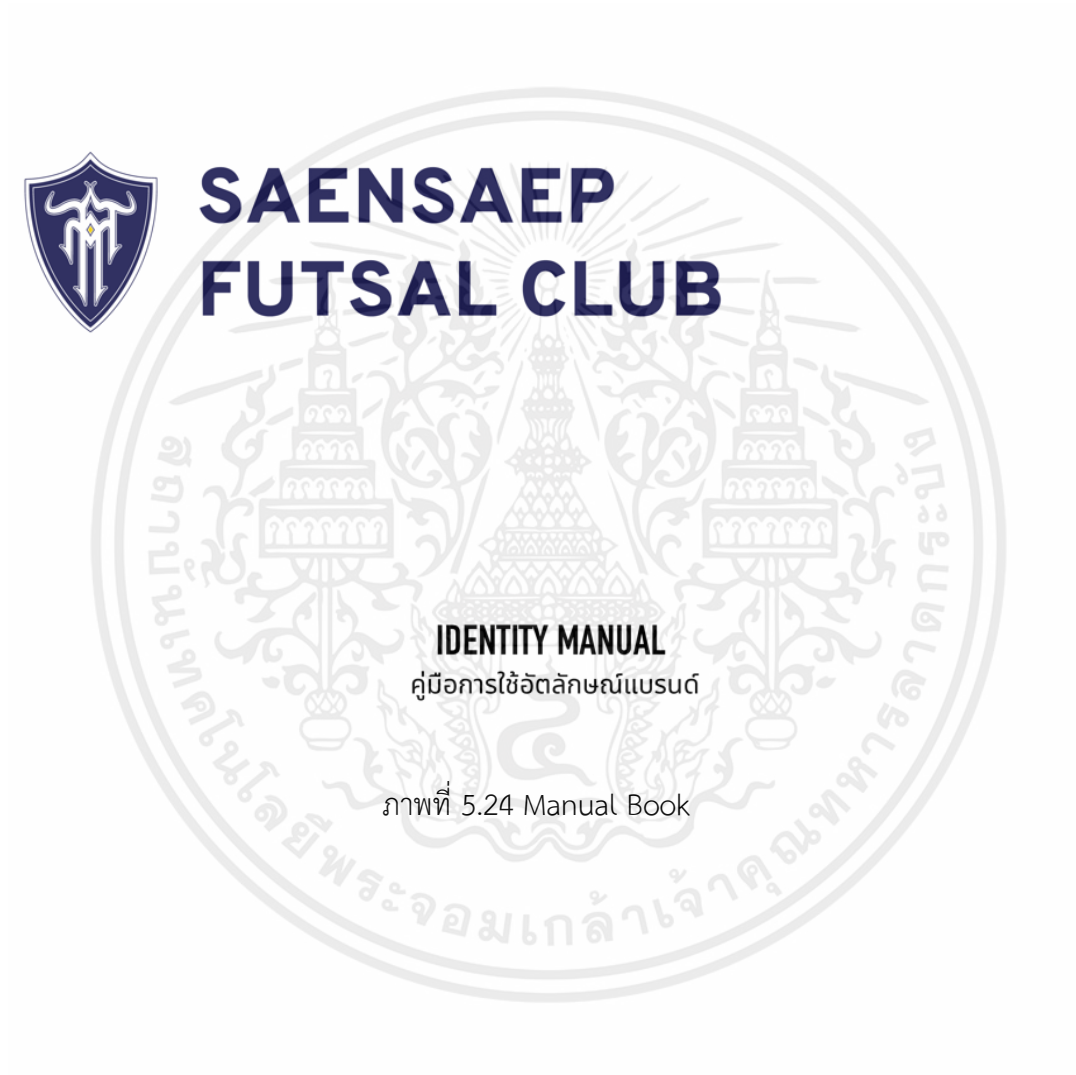
STAT

BALL CONTROL ◆◆◆◆◆◆
DRIBBLING ◆◆◆◆◆◆
DEFENSIVE ◆◆◆◆◆◆
SPEED ◆◆◆◆◆◆
BALANCE ◆◆◆◆◆◆
STAMINA ◆◆◆◆◆◆

ภาพที่ 5.23 ภาพโปสเตอร์แสดงสถิติของตัวผู้เล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.9 Manual Book



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.10 Media อื่นๆ



ภาพที่ 5.25 ภาพออกแบบเสื้ออื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปการทำงาน

การออกแบบอัตลักษณ์ของสโมสรแสนแสบเป็นการออกแบบอัตลักษณ์ให้กับสโมสรในชุมชนแสนแสบ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับสโมสรและทำให้ผู้วิจัยเห็นการออกแบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมให้ออกมาเป็น รูปธรรม รวมถึงการได้ออกแบบโลโก้ที่สื่อความหมายต่างๆ ได้จากความเป็นชุมชน เรียนรู้วิธีการแก้ไขปัญหาที่เราสามารถหยิบประเด็นต่างๆ มาใช้ในการออกแบบได้โดยที่ยังสื่อถึงความเป็นชุมชนอยู่ ไม่ว่าจะเป็นน้ำ คลอง สภาพแวดล้อม การใช้สีน้ำเงินที่แสดงถึงความเป็นน้ำ สีขาวที่แสดงถึงความใสสะอาดยุติธรรม สีทองที่แสดงถึงความมีมูลค่าและสื่อถึงผ้าไหม สีดำที่สื่อถึงความนุ่มลึก แข็งแกร่ง รวมถึงการออกแบบแพทเทิร์นที่ได้ใช้การ ทดลองกับน้ำทำให้แพทเทิร์นมีความรู้สึกคลื่นไหลและแปลกใหม่มากกว่าเทคนิคเดิมๆ และยังสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้หลายๆ สื่อ การนำผลงานไปใช้ในสื่อต่างๆ ให้เกิดมูลค่า

6.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

ในการออกแบบอัตลักษณ์สโมสร แสนแสบ ฟุตซอล คลับ นั้น ได้พบปัญหาในกระบวนการทำงาน ดังนี้

- 6.2.1 ใช้เวลาในการทดลองทั้งโลโก้ และแพทเทิร์นค่อนข้างนาน ลำดับต่อมาค่อนข้างเป็นไปได้ช้า
- 6.2.2 เนื่องจากชุมชนแสนแสบไม่ได้เป็นชุมชนที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนนอกจากน้ำจึงทำให้ เลยทำกราฟิกและ แพทเทิร์นค่อนข้างยาก
- 6.2.3 เนื่องจากปัญหาของเด็กๆ ในชุมชนค่อนข้างเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและส่วนตัวทำให้เก็บ ข้อมูลค่อนข้างยาก

6.3 ข้อเสนอแนะ

การออกแบบแพทเทิร์นยังสามารถทำได้หลากหลายมากกว่านี้ สามารถนำดีไซน์ไปอยู่บนสื่ออื่นๆ ได้ อีกด้วยไม่ว่าจะเป็นเสื้อโปโล รองเท้า เสื้อยืด กระเป๋า และอื่นๆ และยังสามารถปรับเปลี่ยนโลโก้ที่จะสามารถใช้ใน รูปแบบอื่นๆ เช่น โลโก้ที่มีความเรียบง่ายขึ้น หรือ โลโก้ที่เป็นตัวอักษร สำหรับใช้ในสื่อที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- บริษัท คัดสรรดีมาก. (10 กุมภาพันธ์ 2566). *การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร*.
- สโมสรการทำเรือ (17 กุมภาพันธ์ 2566). *ประวัติสโมสรการทำเรือ*.<https://www.ballthai.com>
- สโมสร บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด. (17 กุมภาพันธ์ 2566). *ประวัติสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด*.
<https://www.buriramunited.com/history>
- สโมสร คอนซาโดเล่. (17 กุมภาพันธ์ 2566). *ความหมายของโลโก้และสีของสโมสร คอนซาโดเล่*.
<https://www.consadole-sapporo.jp/club/slogan-design/>
- สโมสร บีจี ปทุม ยูไนเต็ด. (17 กุมภาพันธ์ 2566). *ประวัติความเป็นมาของสโมสร บีจี*.
<https://www.bgputd.com/official/?r=club/Clubhistory>
- สโมสร เมืองทอง ยูไนเต็ด. (18 กุมภาพันธ์ 2566). *ประวัติความเป็นมาของสโมสร เมืองทอง ยูไนเต็ด*.<https://mtutd.com/th/about-mtutd>
- สโมสร ชลบุรี เอฟซี. (19 กุมภาพันธ์ 2566). *ประวัติความเป็นมาของสโมสร ชลบุรี เอฟซี*.
<https://chonburifootballclub.com/profile/history/>
- สโมสร แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด. (20 กุมภาพันธ์ 2566). *ประวัติความเป็นมาของทีม แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด*.
<https://ir.manutd.com/>
- สโมสร แมนเชสเตอร์ ซิตี้. (20 กุมภาพันธ์ 2566). *ประวัติความเป็นมาของแมนเชสเตอร์ ซิตี้*.
<https://www.mancity.com/club/manchester-city-history>
- เจลีก ลีกฟุตบอลอาชีพประเทศญี่ปุ่น. (27 กุมภาพันธ์ 2566). *ข้อมูลสโมสรต่างๆ ใน เจลีก*.
<https://www.jleague.co/>

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อนามสกุล อภิชาติ เลิศวรทรัพย์
วัน เดือน ปี เกิด 2 กุมภาพันธ์ 2544
ที่อยู่ปัจจุบัน 623/4 ซอย วชิรธรรมสาธิต 37 ถนน สุขุมวิท 101/1
 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260
การติดต่อ E-mail : apichart1854@hotmail.com
 Tel : 0931366887

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551 (ปีการศึกษา2550) ประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียน ประภาคมณตรี 2 จังหวัดสมุทรปราการ
 พ.ศ. 2558 (ปีการศึกษา2557) ประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียน ปาณยา พัฒนาการ กรุงเทพมหานคร
 พ.ศ. 2561 (ปีการศึกษา2560) มัธยมศึกษา โรงเรียน ลาซาล กรุงเทพ กรุงเทพมหานคร
 พ.ศ. 2566 (ปีการศึกษา2565) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง